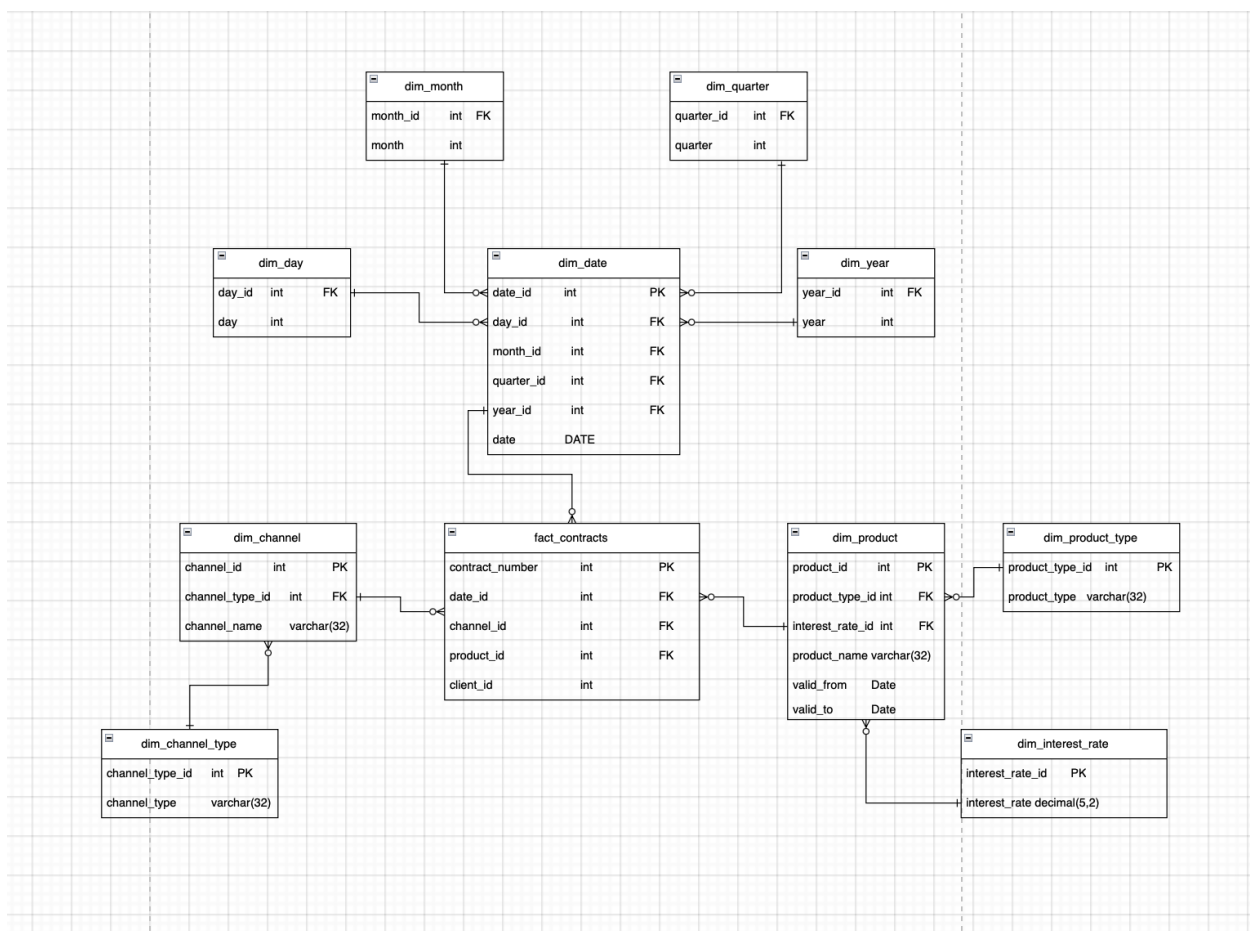


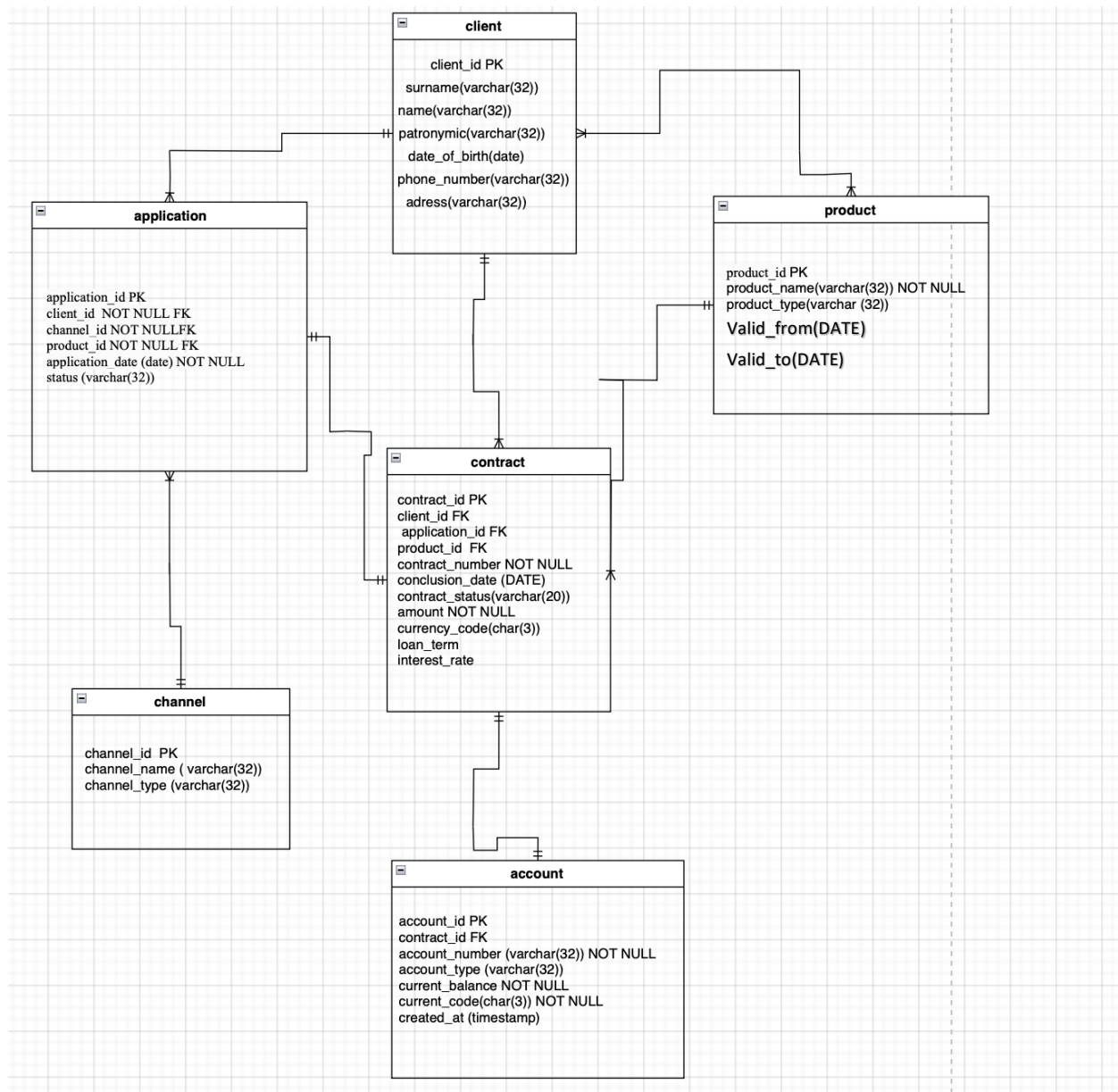
Этап 2. Проектирование аналитической модели (витрины)

Выполнил:
Воробьев А.И

1. Модель снежинка:



2. Источник (дополненный):



Разработанная витрина построена в архитектуре «снежинка», состоит из четырёх таблиц: fact_contracts, dim_date, dim_channel, dim_product.

1. Подсчёт количества продуктов

Каждая запись в таблице фактов fact_contracts соответствует одному заключённому контракту по продукту. Таким образом, количество продуктов в разрезе дат, каналов и видов продукта определяется простым подсчётом строк в факте.

2. Подсчёт количества клиентов

Поле `client_id` в таблице фактов позволяет определять число уникальных клиентов. Использование группировки и функции подсчёта уникальных значений обеспечивает получение количества клиентов в тех же разрезах (дата, канал, продукт).

3. Разрез по дате

Таблица `dim_date` содержит полный календарь с атрибутами «день», «месяц», «квартал», «год». Это позволяет строить срезы по дням, выполнять агрегации по месяцам, кварталам и годам.

4. Разрез по каналу

Таблица `dim_channel` хранит справочник каналов продаж. Связь с фактом позволяет анализировать количество продуктов и клиентов по каждому каналу.

5. Разрез по продукту и отслеживание изменений условий

Таблица `dim_product` реализована по типу SCD2. Для каждого продукта фиксируется история изменения условий (например, процентной ставки) с использованием полей `valid_from`, `valid_to`. Благодаря этому каждый факт связывается с актуальной версией продукта на дату заключения договора (`conclusion_date`), что позволяет анализировать влияние изменения условий на количество заключённых контрактов и количество привлечённых клиентов.